

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, S. N. (2022). *Inilah Perbedaan Generasi X, Y, Z dengan Dua Generasi Lainnya*. Katadata.com. <https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/622a9b4b4099f/inilah-perbedaangenerasi-x-y-z-dengan-dua-generasi-lainnya>
- Anandra, A. (2020). *Perancangan Desain Kartu Anjungan Tunai Mandiri (Atm) Untuk Menarik Minat Nasabah Remaja*. Surabaya: file:///D:/KULIAH%20SEMESTER%207/REFERENSI%20SKRIPSI/PERANCANGAN%20DESAIN%20KARTU%20ANJUNGAN%20TUNAI%20MANDIRI%20(ATM)%20UNTUK.pdf.
- Aprilia, Z. (2024). *Milad Ketiga, BSI Hadir ke Pelosok Negeri, Nasabah Nyaris 20 Juta*. CNBC Indonesia. Diakses 26 Maret 2024. [https://www.cnbcindonesia.com/market/20240201115748-17-510860/milad-ketiga-bsi-hadir-ke-pelosok-negeri-nasabah-nyaris-20juta#:~:text=Jakarta%2C%20CNBC%20Indonesia%20%2D%20Bank%20Syariah,%25%20secara%20tahunan%20\(yoy\)](https://www.cnbcindonesia.com/market/20240201115748-17-510860/milad-ketiga-bsi-hadir-ke-pelosok-negeri-nasabah-nyaris-20juta#:~:text=Jakarta%2C%20CNBC%20Indonesia%20%2D%20Bank%20Syariah,%25%20secara%20tahunan%20(yoy))
- Astra, V. (2022). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan dalam Memilih Produk dan Jasa di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pancor*. Batusangkar: https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8077-Full_Text.pdf
- Azizah, D. F. (2023). *Pascaserangan Siber, Pembukaan Rekening Baru di BSI Naik Dua Kali Lipat*. Diakses 26 Maret 2024. https://ekonomi.republika.co.id/berita/rv02if463/pascaserangan-siber-pembukaan-rekening-baru-di-bsi-naik-dua-kali-lipat?#google_vignette
- Bahru Ilmi Dafi, A. N. (2022). *Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, digital marketing, brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah*. Tulungagung: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>.
- Beliana, S. B. (2022). *Pengaruh Brand Image, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi di Aplikasi Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia KCP. Palembang Jakabaring*. Palembang: <https://repository.radenfatah.ac.id/23090/>.
- Bustami, B. K. (2022). *Dampak Layanan Pembukaan Rekening Online Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Produk Tabungan BSI Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Semarang MT Haryono*. Semarang:

https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17747/1/Skripsi_1805036014_Bunga_Kirana_Bustami.PDF.

- Dede Zurotun, T. S. (2013). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking Mandiri. *Jurnal Manajemen*, Vol. 13, No. 01, 74-86.
- Dewi, N. B. (2024). *BSI Optimistis Bisnis Kartu Debit Masih akan Tumbuh, Didukung Islamic Ecosystem*. Diakses 26 Maret 2024. <https://keuangan.kontan.co.id/news/bsi-optimistis-bisnis-kartu-debit-masih-akan-tumbuh-didukung-islamic-ecosystem>
- Donni, J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Freddy, R. (2002). *The Power of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniawati, H. A. (2017). Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking dengan Pendekatan Teknologi Acceptance Model (TAM) yang telah di Modifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol IV, No 28.
- Khasanah, A. K. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Digital Marketing Terhadap Minat Masyarakat Sukoharjo Menggunakan Bank Syariah*. Surakarta: https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3477/1/Anisa%20Khoirul%20Khasanah_185231209_PBS.pdf
- Lestari, A. (2021). *Pengaruh E-Word Of Mouth, Brand Image dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*. Salatiga: <https://dspace.uui.ac.id/123456789/28479>.
- Nabila, N. H. (2024). *BSI Bidik Peningkatan 2-3 Juta Nasabah per Tahun*. Diakses 26 Maret 2024. <https://katadata.co.id/finansial/korporasi/65ded6975238a/bsi-bidik-peningkatan-2-3-juta-nasabah-per-tahun>

- Pasaribu, N. A. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah di Yogyakarta*. Yogyakarta: <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/28479>.
- PT Bank Syariah Indonesia. *Sejarah Persero*. Diakses 26 Maret 2024. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html
- Rani, I. D. (2021). *Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia di Jawa Timur)*. Yogyakarta: <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/38580/17423012.pdf?sequence=1>
- Rismawati. (2022). *Prosedur Pembukaan Rekening Tabungan Perencanaan Masa Depan (Tapenas) Pada Aplikasi Mobile Banking PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Sutisna Senjaya*. Tasikmalaya: <http://repository.unsil.ac.id/5920/>.
- Riyanto, Wahyu Hidayat, dan Achmad Mohyi. (2020). *Metodologi Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Setyadharma, A. (2010). *Uji Asumsi Klasik dengan SPSS 16.0*.
- Sihite, Eka L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Slameto. (2010). *Belajar & Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: RIneka Cipta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode dan Prosedur Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Syaifullah, M dan Listya. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kecamatan Pontianak Kota Terhadap Penggunaan Kartu Debit Sebagai Instrumen Pembayaran Non Tunai. *Jurnal Al-Maslahah*, Vol. 14 No. 2
- Tatik, S. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Thohir, A. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image dan Purchase Intention terhadap Produk Perbankan Syariah di Provinsi Bengkulu*. Bengkulu:
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/7752/1/SKRIPSI%20AHMAD%20THOHIR.pdf>.
- Trigunawan, A., Rahayu, I, W., & Andarsyah, R. (2020). *Regresi Linier Untuk Prediksi Jumlah Penjualan Terhadap Jumlah Permintaan*. Bandung: Kreatif.
- Website PT Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/>. Diakses pada 26 Maret 2024.
- Wulandari, D. P. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam*. Sumatera Utara:
<http://repository.uinsu.ac.id/3759/1/SKRIPSI%20FULL%20-%20pdf.pdf>.
- Yuliana, A. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk dan Jasa di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pancor*. Mataram:
<https://etheses.uinmataram.ac.id/563/1/Amdini%20Yuliana%20160205107.pdf>.